

УДК 338.46

**Мальшина Наталия Анатольевна**

*к. философ. н., доцент кафедры  
гуманитарных дисциплин,  
ФГБОУ ВО Саратовская Государственная  
Консерватория имени Л. В. Собинова  
Саратов  
e-mail: malsnataliya@yandex.ru*

**Гарнов Андрей Петрович**

*д. э.н., профессор кафедры финансовые рынки  
ФГБОУ ВПО РЭУ имени Г.В. Плеханова  
Москва  
E-mail: profgarnov@yandex.ru*

## **ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ В ЭКОНОМИКУ РФ**

*Аннотация. В статье обоснованы, основные виды интеграции в индустрии культуры: вертикальная интеграция между хозяйствующими субъектами, находящимися на различных этапах создания цепочки ценности; горизонтальная интеграция происходит между организациями, находящимися на той же стадии производственного процесса; диагональная интеграция между субъектами индустрии культуры предполагает создание неких объединяющих союзов, работающих в различных производственных процессах, сотрудничающих с целью создания или реализации комплекса услуг; мультисекторная, полисекторальная и мультимедийная интеграция, в ходе которой субъекты индустрии культуры подчиняют субъектов рынка в связанных с ними зонах производства услуг культуры, зачастую чтобы усилить перекрестное продвижение товаров и услуг.*

*Ключевые слова: индустрия культуры, интеграция, интегральных культурных и творческих комплексов.*

Статья выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №19-010-01004/21 «Разработка организационно-экономических и финансовых механизмов

Мальшина Н. А., Гарнов А. П.

поддержки и стратегического развития индустрии культуры в регионах России».

**Mal'shina Natalia Anatol'evna**

*Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the  
Department of Humanities,  
«Saratov State Conservatory named after L. V. Sobinov»  
Saratov*

**Garnov Andrey Petrovich**

*Doctor of Economics, Professor of the Department of Financial  
Markets «Plekhanov Russian University of Economics»  
Moscow*

## **WAYS TO INTEGRATE THE SPHERE OF CULTURE INTO THE RUSSIAN ECONOMY**

*Abstract. The article substantiates the main types of integration in the cultural industry: vertical integration between economic entities at different stages of creating a value chain; horizontal integration occurs between organizations at the same stage of the production process; diagonal integration between cultural industry entities involves the creation of certain unifying unions working in different production processes, cooperating to create or implement a set of services; multisectoral, multisectoral, and multimedia integration, in which cultural industry actors subordinate market actors in their associated cultural service production areas, often to enhance cross-promotion of goods and services.*

*Keywords: cultural industry, integration, integral cultural, creative complexes.*

The article is financially supported by The Russian Foundation for Fundamental Research within the framework of the scientific project №19-010-01004/21 «Development of organizational, economic and financial mechanisms to support and strategic development of the cultural industry in the regions of Russia»

Динамика развития социально-культурной сферы РФ 2013–2020 гг. демонстрирует наличие неиспользованного потенциала для ее включения в экономические хозяйственные

отношения. Обследование деловой активности в индустрии культуры показывает наличие незначительной положительной динамики в экономической ситуации, однако по объему оказанных услуг (в стоимостном выражении, в процентах к предыдущему периоду) положительная динамика отсутствует. Это говорит о наличии нереализованного возрастающего спроса на услуги, следовательно, возможности получения дохода от функционирования сферы услуг, снижающего степень государственных расходов на данную сферу. Возникает возможность интеграции индустрии культуры в общую экономическую стратегию, вывода сферы культуры на траекторию устойчивого роста.

Основные виды интеграции в авторской модели индустрии культуры: вертикальная интеграция между хозяйствующими субъектами, находящимися на различных этапах создания цепочки ценности; горизонтальная интеграция происходит между организациями, находящимися на той же стадии производственного процесса; диагональная интеграция между субъектами индустрии культуры предполагает создание неких объединяющих союзов, работающих в различных производственных процессах, сотрудничающих с целью создания или реализации комплекса услуг; мультисекторная, полисекторальная и мультимедийная интеграция, в ходе которой субъекты индустрии культуры подчиняют субъектов рынка в связанных с ними зонах производства услуг культуры, зачастую чтобы усилить перекрестное продвижение товаров и услуг.

Несмотря на проводимые преобразования социально-культурной сферы РФ, эффективность бюджетных вложений в нее не достигает мирового уровня, где индустрия культуры приносит стабильный и значительный вклад в развитие общества. Индустрия культуры (creative industries) – это целый промышленный аппарат по производству единообразных, стандартизированных новинок в сферах искусства, живописи, литературы, кино, являясь, по сути, развлекательным бизнесом, приносит стабильный и значительный вклад в развитие экономики.

Современные интеграционные межотраслевые процессы и надотраслевые информационные технологии для индустрии культуры стали принципиально новыми с методоло-

гической точки зрения, объединяя все многообразие сферы культуры, став их общей методологической базой. Представляется возможным реализовать интеграционные надотраслевые технологии в индустрии культуры в форме интегральных культурных и творческих комплексов. Творческий центр – это больше, чем сумма его частей, он предлагает творческий микро-бизнес, возможность объединиться с другими участниками для доступа к важнейшим ресурсам, таким как инструменты, специалисты услуги, чтобы помочь развивать проекты и бизнес. Центры представляют собой коллективный подход к борьбе с неопределенностью – социальные, культурные и экономические условия и процессы для творчества и инноваций.

Успешные творческие центры внедряются в местные культурные и экономические экосистемы и востребованы у участников и зрителей. С правой поддержкой, творческие центры представляют самый лучший тип открытых инноваций и креативных коммуникаций.

Оценка творческих центров должна производиться по конституционным показателям системы ценностей. Простые количественные показатели всегда должны быть сбалансированы рядом измерений качества и значения. Творческие центры и их спонсоры и заинтересованные стороны, должны внедрять убедительные методы оценки, которые отражают собственные цельности. Мы подчеркиваем, что творческие центры должны быть оценены как с точки зрения результатов, так и процессов, в частности на творческий и управленческий контексты. Развитие мягкой инфраструктуры творческих центров может преодолеть разнообразие сложных инфраструктурных проблем.

Важно различать креативные центры и креативные кластеры (это не просто семантический вопрос, это вопрос идентификации процессов). Идея кластера является инструментом промышленной политики за счет совместного размещения предприятий, входящих в аналогичную ценностную констелляцию, повышается производительность труда. Родственной формой промышленного района (или кластера) является культурный или творческий кластер. Сетевые и пространственные элементы сливаются и пересекаются с понятием творческой или культурной экосистемы. Это взаимозависи-

мость разнообразия культурных мероприятий внутри и снаружи системы, а также между мероприятиями, которые выполняются на разных временных циклах. Важнейшим элементом является управление, которое поддерживает и питает, а также обеспечивает устойчивость и обновление на протяжении жизни и смерти отдельных проектов и мероприятий.

Творческие центры были бесполезно объединены с другими типами промышленных агломераций, которые тесно связаны с кластерной концепцией. Например, они понимаются как синонимы культурных кварталов; кластеров экономической деятельности; как кластерные районы в пределах города; творческие зоны и здания, состоящие из «нескольких творческих и культурных отраслей». Общий подход к кластеризации и творческим центрам фокусируется на их пространственных характеристиках и на том, как они влияют на их оперативную и организационную роль (формальную или неформальную) в креативной экономике, в первую очередь, в городах или регионах. Этот способ их понимания также тесно связан с политикой «креативного города», которая также в первую очередь касается физической среды городов и культурной среды. Эти подходы, согласуются с кластерной теорией промышленной политики – совместное размещение подобного бизнеса повысит производительность труда для городов и районов. Напротив, творческий центр подчеркиваем не местоположение, а характер и качество продуктивных отношений, которые происходят внутри самого центра. Центры имеют тенденцию быть локализованными в своей деятельности; но местное – это городская культурная система, которая распространяется за пределами одного здания или сети зданий.

Тем не менее, стать «центром» – это акт управления, выходящий за рамки простого акта именованного или обозначенного, одной из определяющих характеристик являются формы культурного производства определяющие его миссию. Великобритания сыграла новаторскую роль в развитии творческих центров. Это не связано с каким-либо превосходством Великобритании; это более тесно связано с конкретными обстоятельствами экономического роста и спада. Промышленный спад и реструктуризация последней четверти 20-го века сильно ударили по традиционным промышленным центрам

городов. Ключевые отрасли промышленности и занятость были потеряны, а экономическая, а затем и социальная база городов была повреждена. Многие новаторские программы восстановления городов были направлены на решение этих проблем.

Следует отметить, что некоторые новаторские городские власти, памятуя о безработице среди молодежи и необходимости радикальной реструктуризации экономики и поддержки сообществ, обратились к рассмотрению возможностей креативной экономики (или культурных отраслей, как они тогда назывались).

Сфера культуры может стать тем сектором экономики, который способен объединить в себе несколько направляющих – цифровые инновации, культурные и интеллектуальные ценности, экономическую эффективность. К цифровым инновациям в узком смысле относятся внедрение нового или значительно улучшенного продукта информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) представленного в виде товара или услуги, т. е. в данном случае в области услуг культуры; в более широком смысле – внедрение нового или значительно улучшенного продукта, процесса, метода маркетинга или организационного метода, т. е. инноваций с использованием ИКТ.

Во многих развитых странах Европы и Северной Америки индустрия культуры особо значима, как фактор влияния на развитие экономики в период глобальных интеграционных процессов. Однако в России, не достаточно высокая развитость информационного и компьютерного обеспечения, разобщенное применение интегральных методов сказывается на эффективности локальных и глобальных систем управления социально-культурной сферой.

В то же время за счет активизации предпринимательской, деятельности в ряде субъектов РФ, вполне возможно привлечь инвестиции в социально-культурную сферу, создать новые рабочие места, снизить социальную напряжённость в дотационных регионах.

#### **Список использованных источников**

1. Adorno T. W. Culture Industry reconsidered, in The Culture Industry / R.W. Witkin, Adorno on popular Culture, с. 85

2. Alden, D./Hoyer, W.D./Lee, C. (1993): Identifying global and culturespecific dimesions of humor in adversiting: a multinational analysis. In: Journal of Marketing, Nr. 1, 64-75.
3. Garnov A.P., Mal'shina N.A. Modern principles analysis of resource flows in crisis conditions culture and creative industry / Сан-Франциско, 2020.101 p.
4. Held. Introduction to Critical Theory. T. W. Adorno. How to look at television. Culture industry, с. 94.
5. Мальшина Н.А.Методологический анализ оснований инновационной социально-экономической концепции индустрии культуры, творчества и искусства. Монография. Саратов. 2019. 100 с.
6. Мальшина Н.А., Гарнов А.П. Индустрия культуры и креатива: управление потоковыми процессами. Сер. Научная мысль. М.: ИНФРА-М. 2021, 160 с.

УДК 316.73

**Петрова Лариса Евгеньевна**

*к. соц. н, доцент, проректор по научной и инновационной  
работе МБОУ ВО Екатеринбургская академия  
современного искусства  
Екатеринбург  
petrova@eaca.ru*

## **НОВАЯ МУЗЕЙНАЯ ЭТИКА: КТО ВЫБИРАЕТ ЭКОЛОГИЮ КАК ПРИОРИТЕТ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ?**

*Аннотация. Культурные институты сегодня находятся в процессе формирования новой политики в связи с сензитивностью этических вопросов. Один из них – экологическая повестка. Выделяются три модели репрезентации экологических проблем: низкозатратные классическая и критическая, высокозатратная, но самая эффективная и современная партисипаторная. Представлены российские и зарубежные кейсы реализации указанных подходов. Выбор экологии как приоритета развития свойственен музеям с высокой степенью социальной ответственности, трендсесетерам, амбициозным и высокобюджетным.*

**Петрова Л. Е.**